

ABSTRAK

Bahrul Hidayat (1148020046): **“Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian konsumen (Studi pada PT. Danjyo Cipta Rega Pratama, Tangerang)”**.

Perkembangan teknologi dan tingginya persaingan usaha menjadi dasar para pelaku industri kreatif melakukan persaingan usaha dalam kualitas produk, desain produk dan citra merek. Inilah yang dilakukan oleh PT. Danjyo Cipta Rega Pratama yang terus mengikuti perkembangan dunia usaha untuk meningkatkan inovasi-inovasi yang berbeda. Karena target pasar utama para pelaku industri kreatif adalah konsumen, sehingga mereka harus mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif yaitu dengan kuesioner yang diisi oleh responden konsumen Danjyo Hiyoji sebanyak 108 responden. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non Probability sampling*, untuk pengambilan sampelnya digunakan teknik *accidental sampling*. Ada dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas yang meliputi Kualitas Produk, Desain Produk, Citra Merek, dan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian konsumen. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji statistik deskriptif, analisis Korelasi, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Kualitas produk, Desain Produk dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Danjyo Hiyoji. Hasil analisis dengan uji t dapat diketahui dengan pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian konsumen diperoleh Kualitas produk sebagai variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian konsumen diperoleh t_{hitung} 7,219 dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), Desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen diperoleh Desain produk sebagai variabel X_2 berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen diperoleh t_{hitung} 5,156 dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), Citra Merek terhadap Keputusan pembelian konsumen diperoleh Citra Merek sebagai variabel X_3 berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Konsumen diperoleh t_{hitung} 4,890 dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti Kualitas Produk, Desain Produk dan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan. Dan hasil analisis uji F menunjukkan bahwa Kualitas produk, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen berpengaruh positif signifikan dengan nilai sebesar 0,000 terhadap Stres kerja karyawan. Hasil perhitungan koefisien determinasi menghasilkan R^2 sebesar 0,953 atau 95,3%. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi yang kuat dengan presentase sumbangan pengaruh variabel independent yaitu Kualitas produk, desain produk dan citra merek serta variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen sebesar 95,3% sedangkan sisanya 4,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, Citra Merek